

ANALISIS TATANIAGA DAN PASAR KAYU SENGON DI KABUPATEN WONOSOBO DAN KABUPATEN TEMANGGUNG, JAWA TENGAH (Marketing Analysis of Sengon Wood in Wonosobo and Temanggung Districts, Central Java)

Oleh/By :

Ismatul Hakim, Indartik dan Elvida Y. Suryandari

Pusat Penelitian Sosial Ekonomi dan Kebijakan Kehutanan

Jln. Gunung Batu No.5, Bogor, Jawa Barat

Telp. 0251 88633944; Fax.0251 88634924

Email :

Naskah diterima : 1 Mei 2009 / Edit terakhir : 29 Mei 2009

ABSTRACTS

The wood production of sengon in Wonosobo increased until 2007 which was followed by the price increase in several level of market chains as well. The increase demand of sengon wood is caused by the decrease of wood supply from the natural forest in outside of Java, the decrease of wood production from Java state forest (Perum Perhutani) and also because of enhancement of the captive market industries use the raw material of wood for wood workings, mouldings, laminated boards, bare core and plywood industries. There are 5 (five) channels of wood market chains either in Wonosobo or Temanggung Districts in which the actors like farmers, wood cutters (intermediary trader 1), depo (intermediary trader 2), supplier (intermediary trader 3) and industries. It is depicted that the profit margin for farmers tend to be the lowest one among the others. Therefore, it is recommended to strengthen the bussines cooperative institution based on a partnership principle between stakeholders like trader or industrial actors. The Ministerial decrees on people's wood products administration No P 51 / 2006, P.62 / 2006 and P.33 / 2007 should be followed up by The Ministry Of Forestry (The D of Forest Product), Provincial Forestry Office, Provincial Industrial and Trade Office, and The Forestry office and Industrial and Trade office of The District through a strong coordination which will improve on people's sengon wood bussiness.

Keywords : *sengon, demand, supply, community forest, state forest, cooperative bussiness institution (partnerships)*

ABSTRAK

Produksi kayu sengon rakyat di Wonosobo mengalami peningkatan terutama hingga tahun 2007 diiringi dengan peningkatan harga pada berbagai tingkat pelaku usaha sengon. Peningkatan permintaan kayu sengon diduga disebabkan oleh semakin berkurangnya pasokan kayu dari luar Jawa, menurunnya produksi kayu dari kawasan hutan negara (Perum Perhutani) dan semakin meningkatnya pangsa pasar dan jumlah unit industri yang membutuhkan bahan baku kayu sengon untuk berbagai jenis produk seperti kayu bangunan, moulding, papan lamina dan kayu lapis. Hal tersebut menyebabkan kenaikan harga kayu sengon di setiap titik daripada rantai tata niaga kayu sengon di Kabupaten Wonosobo dan Temanggung, dimana pelaku pemasaran kayu sengon terdiri atas petani, penebas, depo, supplier dan industri. Dari hasil penelitian diperoleh gambaran bahwa *share* keuntungan paling rendah diterima oleh petani. Guna menjaga ksinambungan usaha hutan rakyat sengon, maka diperlukan upaya perlindungan kepada petani dari pihak pemerintah dan upaya penguatan kelembagaan petani misalnya dengan membentuk kelembagaan usaha bersama (mitra) antara petani dengan pihak pengusaha industri

pengolahan kayu sengon. Dalam kaitannya dengan dengan Permenhut tentang tata usaha kayu rakyat No P.51/2006, P. 62/2006 dan P 33/2007 disarankan agar dibangun koordinasi yang baik antara pemerintah pusat (Dephut) dan Dinas Kehutanan Propinsi Jawa Tengah, Dinas Perindustrian dan Perdagangan melalui Unit Pelaksana Teknis (UPT) masing-masing dan Dinas Kehutanan Kabupaten dalam meningkatkan penataan dan pembinaan pengusahaan hutan rakyat sengon.

Kata kunci : sengon, permintaan, pasokan, hutan rakyat, hutan negara, depo, kelembagaan usaha bersama, kemitraan

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri pengolahan kayu di Indonesia merupakan salah satu barometer peningkatan perekonomian nasional dan memegang peranan penting dalam upaya meningkatkan penerimaan Negara dari sektor kehutanan. Perkembangan industri perkayuan yang demikian pesat mendorong peningkatan permintaan bahan baku kayu oleh industri sehingga memerlukan pasokan tambahan bahan baku yang berasal dari luar kawasan hutan. Pembangunan hutan rakyat dipandang dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Selain itu pembangunan hutan rakyat juga dapat memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat sekitar hutan.

Adapun beberapa tanaman berkayu yang dikembangkan di hutan rakyat adalah : Sengon (*Paraserianthes falcataria*), kayu putih (*Melaleuca leucadendron*), Sungkai (*Peronema canescens*), Akasia (*Acacia* sp.), Jati putih (*Gmelina arborea*) dan lain-lain. Pada hutan rakyat ini dilakukan penanaman dengan mengkombinasikan tanaman perkayuan dengan tanaman pangan/palawija yang biasa dikenal dengan istilah *agroforestry*.

Tanaman sengon adalah salah satu tanaman kehutanan yang cukup potensial dikembangkan di Wonosobo. Jika dilihat produksinya, pada tahun 2005 jumlah penebangan tegakan sengon menghasilkan kayu sebesar 11.769,34 m³, pada tahun 2006 bertambah menjadi 759.653,70 m³ atau mengalami peningkatan sebanyak 747.884,36 m³ (BPS, 2006). Minat masyarakat untuk menanam kayu sengon cukup tinggi. Hal ini disebabkan menanam sengon di Wonosobo cukup mudah karena sesuai dengan kondisi iklim dan tanah, memiliki daur yang pendek (5 - 8 tahun), dapat ditanam secara tumpang sari dan sengon sudah memiliki pasar yang jelas. Namun demikian terdapat kendala teknis dalam usaha peningkatan mutu dan produksi sengon seperti serangan karat tumor pada batang kayu sengon. Selain itu juga guna mendapatkan produksi yang tinggi diperlukan pemangkasan atau pruning, baik pada musim kemarau maupun musim hujan secara rutin.

Produktivitas kayu sengon akhir-akhir ini mengalami fluktuasi, sedangkan harga kayu sengon ditingkat produsen hingga konsumen (industri) cenderung mengalami peningkatan yang cukup berarti dari tahun ke tahun. Hal ini diduga berkaitan dengan rendahnya produktivitas dari kayu sengon. Fluktuasi harga yang tinggi pada pasar kayu sengon merupakan suatu fenomena yang umum akibat ketidakstabilan (*inherent instability*) pada sisi penawaran. Hal ini berarti harga kayu sengon disebabkan oleh sifat alami dari produksi kehutanan, yaitu dalam jangka pendek tidak dapat merespon tambahan permintaan atau tidak dapat mengurangi produksi pada saat harga yang rendah.

Selanjutnya banyaknya lembaga tataniaga yang terlibat dalam pemasaran sengon akan mempengaruhi panjang pendeknya rantai tataniaga dan besarnya biaya tataniaga. Besarnya biaya tataniaga akan mengarah pada semakin besarnya perbedaan harga antara petani sebagai produsen, pedagang pengepul, pemilik depo dan industri. Hubungan antara harga yang diterima petani produsen dengan harga yang dibayar oleh konsumen pabrikan sangat bergantung pada struktur pasar yang menghubungkannya dan biaya transfer. Apabila semakin besar margin pemasaran ini akan menyebabkan harga yang diterima petani produsen menjadi semakin kecil dan semakin mengindikasikan sebagai sistem pemasaran yang tidak efisien (Tomek and Robinson, 1990).

Persoalan harga sengon merupakan bagian dari masalah tataniaga kayu sengon yang tidak dapat dipisahkan karena mempunyai dampak langsung terhadap pelaku dalam pemasaran kayu sengon. Pada sisi sistem pemasaran kayu sengon, pendapatan petani akan meningkat dengan semakin efisiennya saluran pemasaran kayu tersebut seiring dengan peningkatan harga di tingkat industri. Sementara itu persoalan kelancaran pemasaran sangat tergantung pada kualitas produk yang dihasilkan oleh petani produsen dan juga upaya penyempurnaan kinerja lembaga-lembaga pemasaran dan sistem pemasarannya sendiri.

B. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini antara lain adalah :

1. Mengidentifikasi saluran pemasaran kayu sengon, efisiensi pemasaran kayu sengon melalui analisis margin pemasaran, margin keuntungan dan share keuntungan.
2. Mengidentifikasi faktor-faktor yang berpengaruh terhadap harga sengon khususnya di kabupaten Wonosobo dan Temanggung.

II. METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi

Penelitian ini dilaksanakan di Kecamatan Kaliwiro dan kecamatan Kepil, Kabupaten Wonosobo dan kecamatan Kandangan di kabupaten Temanggung. Pemilihan lokasi berdasarkan sentra produksi kayu sengon. Penentuan daerah penelitian ini dilakukan secara sengaja atau *purposive*, di Desa Mburat Kecamatan Kepil dan desa Kaliwiro kecamatan Kaliwiro, yang merupakan salah satu sentra produksi di Kabupaten Wonosobo.

B. Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh langsung dari petani dan pelaku pemasaran kayu sengon, seperti pedagang pengumpul 1 (penebas), depo, supplier dan industri yaitu meliputi harga ditingkat petani, harga ditingkat pedagang, biaya-biaya pemasaran (panen, sortasi, bongkar muat, tenaga kerja, transportasi, dan lain-lain) serta semua data input output usahatani, dengan menggunakan metode survei, yaitu melakukan wawancara dengan menggunakan kuesioner yang terstruktur. Data sekunder yaitu data yang diambil dari instansi Dinas Kehutanan dan Perkebunan setempat yaitu data produksi, luas hutan rakyat, pemasaran termasuk data mutasi kayu sengon.

C. Analisis Data

Analisis margin pemasaran digunakan untuk mengetahui distribusi biaya dari setiap aktivitas pemasaran dan keuntungan dari setiap lembaga perantara serta bagian harga yang diterima petani. Atau dengan kata lain analisis margin pemasaran dilakukan untuk mengetahui tingkat kompetensi dari para pelaku pemasaran yang terlibat dalam pemasaran/distribusi. Secara matematis margin pemasaran dihitung dengan formulasi sebagai berikut (Tomeck and Robinson, 1990; Sudiyono, 2001) :

$$MP = Pr - Pf \text{ atau } MP = \sum Bi + \sum Ki$$

Keterangan : MP : Margin pemasaran

Pr : Harga tingkat konsumen (user)

Pf : Harga tingkat produsen

$\sum Bi$: Jumlah biaya yang dikeluarkan lembaga-lembaga pemasaran
(B1, B2, B3....Bn)

$\sum Ki$: Jumlah keuntungan yang diperoleh lembaga-lembaga pemasaran
(K1, K2, K3...Kn)

Keuntungan lembaga pemasaran :

$$Ki = H_{ji} - H_{bi} - \sum_{s=1}^m B_{pi}$$

Keterangan :

H_{ji} : Harga jual lembaga pemasaran ke -i

H_{bi} : Harga beli lembaga pemasaran ke-i

B_{pi} : Biaya pemasaran lembaga pemasaran ke-i

m : Jumlah jenis biaya

s : Jenis biaya pemasaran

Bagian keuntungan dan biaya pemasaran masing-masing lembaga pemasaran :

$$S_{ki} = \frac{k_i}{Pr - Pf} \times 100\%$$

$$S_{bi} = \frac{bi}{Pr - Pf} \times 100\%$$

Keterangan : SK_i : Bagian keuntungan lembaga pemasaran i

SB_i : Bagian biaya fungsi pemasaran lembaga pemasaran i

Sedangkan besarnya bagian atau *share* yang diterima petani (SP) dari harga eceran dapat dihitung dengan menggunakan:

$$S_p = \frac{Pf}{Pr} \times 100\%$$

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Lokasi

Secara administratif Kabupaten Wonosobo terbagi menjadi 15 kecamatan. Luas wilayah Wonosobo pada tahun 2006 tercatat sebesar 98.468 hektar atau sekitar 3,02 persen dari luas Jawa Tengah. Kabupaten Wonosobo terletak di antara 7° 11' dan 7° 36' Lintang Selatan, dan 109° 43' dan 110° 04' Bujur Timur. Kabupaten Wonosobo Sejak tahun 2003 dibagi menjadi 15 kecamatan dengan tambahan 2 kecamatan, yaitu Kecamatan Kalibawang dan Sukoharjo. Sampai tahun 2003 kecamatan-kecamatan tersebut terdiri dari 236 desa dan 28 kelurahan Kabupaten Wonosobo merupakan daerah pegunungan dengan ketinggian berkisar antara 270 meter sampai dengan 2.250 meter di atas permukaan laut. Luas wilayah 98.468 hektar dengan tingkat kemiringan sebagian besar lebih dari 30%. Beberapa wilayah Kabupaten Wonosobo merupakan daerah yang labil sehingga rawan terjadi tanah longsor (BPS Wonosobo, 2006).

Secara administratif luas kabupaten temanggung kurang lebih 87.065 ha (Dinas Kehutanan dan Perkebunan Temanggung, 2005) yang terdiri dari 20 kecamatan dan 288 desa. Wilayah administrasi kabupaten temanggung berbatasan dengan kabupaten Kendal di sebelah utara, kabupaten Wonosobo disebelah barat, kabupaten Magelang sebelah selatan dan kabupaten Semarang di sebelah timur. Di kabupaten Temanggung, kecamatan-kecamatan yang menjadi sentra atau produksi kayu sengon antara lain kecamatan Kandangan, Pringsurat, Kaloran, Candiroto, Bejen, Gemawang dan Kranggan; yaitu kecamatan yang memiliki potensi tegakan lebih dari 5000m³.

B. Potensi hutan rakyat dan produksinya

Luas hutan rakyat di kabupaten Wonosobo dan Temanggung tidak mengalami perubahan yang cukup berarti. Luas hutan rakyat di Kabupaten Wonosobo berkisar antara 18.374 ha sampai dengan 19.619,46 ha, sedangkan di Kabupaten Temanggung berkisar antara 15.485 ha sampai dengan 15.969,84 ha. Data luas hutan rakyat di Kabupaten Temanggung pada tahun 2007 dan 2008 belum diperoleh (Tabel 1).

Tabel 1. Luas hutan rakyat di kabupaten Wonosobo dan Temanggung
Table 1. Area of community forest in district of Wonosobo and Temanggung

Kabupaten (District)	Luas Hutan Rakyat (area of community forest (Ha)			
	2005	2006	2007	2008
Wonosobo	18,374.00	19,085.00	19,619.46	18,981.58
Temanggung	15,485.00	15,969.84		

Potensi kayu dan industri kayu hutan rakyat dapat terus didorong mengingat semakin terbatasnya pasokan kayu dari hutan negara. Perkembangan produksi kayu sengon dari tahun 2005 2008 di kabupaten Wonosobo dan Temanggung mengalami fluktuasi (Tabel 2). Kedua kabupaten ini merupakan sentra penghasil kayu sengon rakyat di Propinsi Jawa Tengah.

Tabel 2. Produksi kayu sengon di kabupaten Wonosobo dan
Table 2. Temanggung sengon wood in Wonosobo and Temanggung District

Kabupaten (District)	Produksi kayu sengon (<i>Production of sengon wood</i>) (m ³)				Produksi rata-rata/thn (<i>mean production/ year</i>)
	2005	2006	2007	2008	
Wonosobo	427.149	759.654	769.970	165.529	530.575
Temanggung	13.570	51.403	43.943	50.581	39.875

Dari Tabel 2, dapat dilihat bahwa produksi kayu sengon di wonosobo mengalami peningkatan dari tahun 2005 hingga tahun 2007. Pada tahun 2008, produksi menurun sampai 165.529 m³, dengan rata-rata produksi pertahun sebesar 530.575 m³. Sedangkan di kabupaten Temanggung rata-rata produksi pertahunnya hanya 39.875 m³. Penurunan produksi diduga karena adanya serangan penyakit Karat Tumor, sementara di lain pihak sebagian besar petani lokal biasanya tidak melakukan pemeliharaan secara intensif baik penyiangan, pruning atau pemangkasan dan pemupukan secara teratur. Faktor lain yang diduga menyebabkan penurunan produksi yang cukup tajam adalah berubahnya sistem tata usaha kayu rakyat dengan sistem SKAU, sehingga Dinas Kehutanan tidak dapat memantau peredaran kayu rakyat. Produksi kayu sengon di Kabupaten Temanggung mengalami peningkatan seiring dengan bertambahnya industri kayu lapis di daerah Temanggung.

Pengembangan kayu sengon telah dilakukan oleh pihak Perhutani KPH Kedu Selatan. Perhutani telah bekerjasama dengan petani setempat untuk mengembangkan sengon di lahan milik negara, seperti gambar di bawah ini (Gambar 1).



Gambar 1. Tegakan Sengon di Hutan Negara (Perhutani-Kedu Selatan)
Figure 1. Sengon plantation in state forest (Perhutani-South Kedu)

Kerjasama ini diawali dengan perambahan hutan oleh masyarakat, kemudian penanaman sengon tanpa persetujuan pihak perum perhutani. Sampai akhirnya ditertibkan melalui PHBM, kerjasama antara perum Perhutani dengan Lembaga Masyarakat Desa Hutan (LMDH). Bagi hasil untuk pohon sengon adalah 60% untuk masyarakat (selaku pemilik pohon) dan 40% untuk perum perhutani (selaku pemilik lahan hutan). Sedangkan untuk tanaman pokok, yaitu damar dan pinus, bagi hasilnya 25 % untuk masyarakat, 75% untuk perum perhutani. Untuk seluruh wilayah RPH Sapuran, total wilayah yang ditanamani sengon secara swadaya adalah 1813 ha, sedangkan penanaman sengon melalui kerjasama dengan swasta, yaitu dengan PT. Badara Alam Lestari seluas 371 Ha (umur sengon 2 tahun) dan CV Mekar Abadi seluas 54,4 Ha (umur sengon 1 tahun).

C. Perkiraan Permintaan Kayu Bulat Sengon

Ketersediaan bahan baku sengon hampir di seluruh wilayah Wonosobo dan Temanggung telah mendorong bermunculnya industri-industri pengolahan kayu, baik skala kecil, menengah dan besar. Kebutuhan bahan baku sengon industri di Kabupaten Wonosobo sebesar 66.150 m³/tahun pada tahun 2008 (Tabel 3).

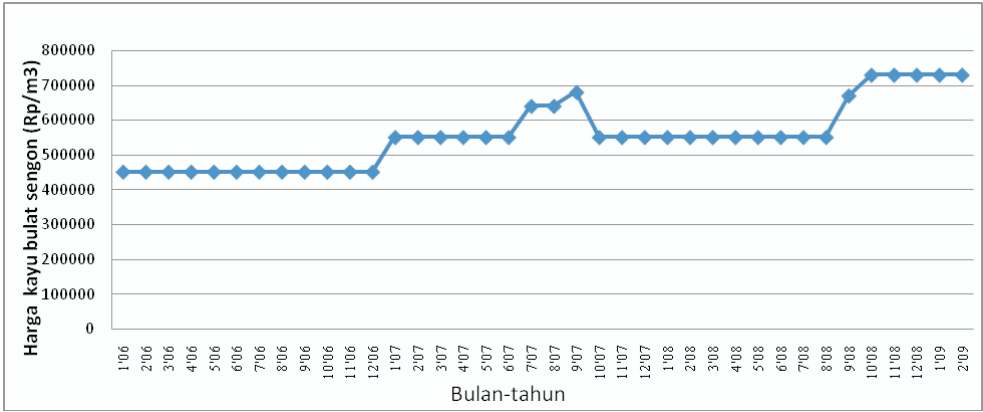
Tabel 3. Kapasitas ijin dan kebutuhan bahan baku sengon di Kabupaten
Table 3. Wonosobo 2008 (The license capacity and demand for sengon raw Material in Wonosobo districts)

No.	Nama Perusahaan	Jenis HH yang diproduksi	Kapasitas Ijin (m ³ /tahun)	Kebutuhan bahan baku sengon (m ³)
1	CV. Kalika Karisma	Albasia dan Rimba Campur	2000 - 6000	3,200
2	CV. Karya Mandiri	Albasia	2000 - 6000	2,600
3	CV. Mekar Abadi	Albasia	> 6000	30,000
4	PT. SSSWI	Albasia, Kayu Luar Jawa & Kayu Import	> 6000	13,000
5	PT. Tunas Madukoro Indah	Pinus	2000 – 6000	-
6	UD. Alam Raya	Albasia dan Rimba Campur	< 2000	1,200
7	UD. Albasia Sumber Jaya	Albasia, Pinus dan Mahoni	< 2000	1,600
8	UD. Andika	Mahoni, Albasia dan Rimba Campur	< 2000	1,200
9	UD. Arba'un Putra	Mahoni, Surian, albasia	< 2000	450
10	UD. Bangun Rimba Sejahtera	Albasia	< 2000	480
11	UD. Candra Putih	Mahoni, Surian dan Albasia	< 2000	900
12	UD. Citra Nilam Raharja	Albasia dan Rimba Campur	< 2000	musiman
13	UD. Jaya	Albasia dan Rimba Campur	< 2000	560
14	UD. Karya Cipta Mandiri	Mahoni dan Surian	< 2000	900
15	UD. Karya Prima	Albasia dan Rimba Campur	< 2000	880
16	UD. Mitra Usaha Sejahtera	Mahoni, Surian, Albasia dan Rimba Campur	2000 – 6000	2600
17	UD. Mitra Utama	Mahoni, Albasia dan Rimba Campur	< 2000	480
18	UD. Mudrik	Mahoni, Surian, Albasia dan Rimba Campur	< 2000	900
19	UD. Putra Mekar Indah	Mahoni dan Surian	< 2000	-
20	UD. Rimba Kencana	Albasia	2000-6000	2000
21	UD. Tirta Jaya	Albasia dan Rimba Campur	< 2000	800
22	UD. Yudi Putra	Albasia dan Rimba Campur	< 2000	1200
23	UD. Alam Raya	Mahoni, Albasia dan Rimba Campur	< 2000	1200
		Total		66,150

Sumber : Dinas Kehutanan Wonosobo, diolah

Apabila dilihat produksi kayu sengon di Kabupaten Wonosobo pada tahun 2008, sebesar 165.529 m³, sedangkan kebutuhan bahan baku industri hanya 66.150 m³, maka Kabupaten Wonosobo masih bisa mencukupi kebutuhan industrinya. Produksi kayu sengon Kabupaten Wonosobo tidak hanya untuk mencukupi industri lokal, tetapi juga industri di kabupaten sekitarnya, termasuk Kabupaten Temanggung. Sebagai contoh, PT Dharma Setya Nusantara (DSN) di Kabupaten Temanggung memiliki kebutuhan bahan baku \pm 120.000 m³/tahun pada Oktober 2007 - Oktober 2008, sementara produksi kayu sengon di Temanggung hanya 50.581 m³/tahun. Sehingga kebutuhan bahan baku sengon diperoleh dari daerah lain, seperti : Wonosobo, Banjarnegara, Purworejo, Purwokerto, Purbalingga, Boyolali, Kebumen, Karanganyar dan Pacitan.

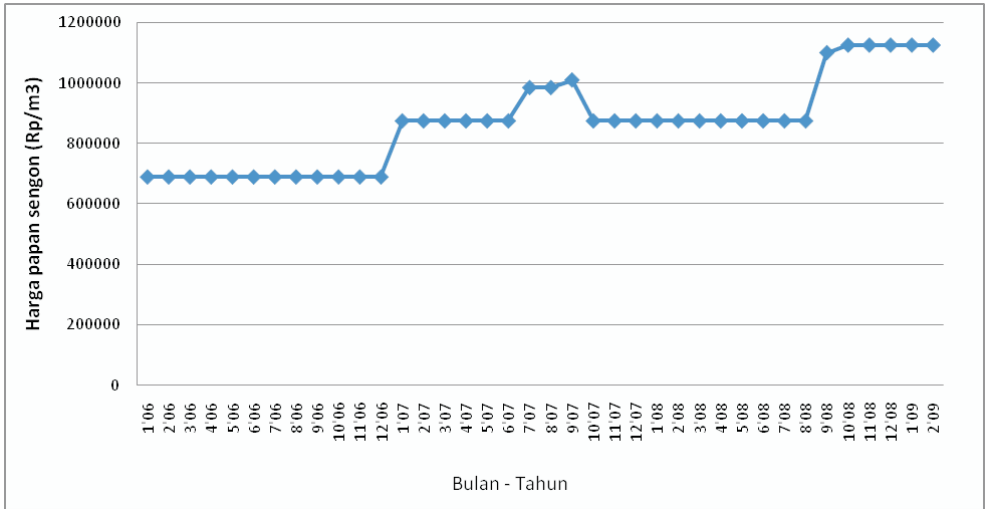
Peningkatan permintaan kayu sengon ini menyebabkan kenaikan harga kayu sengon di setiap level pemasaran. Harga kayu sengon pada tingkat industri mencapai Rp. 730.000,-/ m³ (Gambar 2).



Gambar 2. Perkembangan harga kayu bulat sengon di tingkat industri di

Figure 2. Kabupaten Wonosobo (Progress of sengon log price in the level Industry in Wonosobo district)

Peningkatan harga kayu bulat sengon turut mendorong kenaikan harga papan kayu sengon, Rp. 1.125.000/m³ (Gambar 3).



Gambar 3. Perkembangan harga papan sengon di tingkat industri di Kabupaten Wonosobo
Figure 3. Wonosobo (Progress of sengon timber price in the level of industry In Wonosobo district)

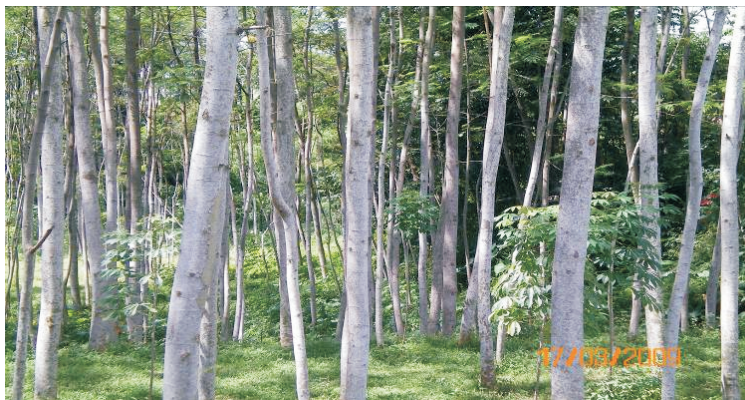
C. Saluran Pemasaran

Banyak jalur yang digunakan petani dan lembaga pemasaran dalam memasarkan kayu sengon. Distribusi sengon dari pusat produksi (petani) hingga ke konsumen akhir, informasinya didasarkan pada wawancara dan pengamatan di lapangan. Dengan adanya perbedaan saluran dan panjang pendeknya saluran pemasaran ini akan mempengaruhi tingkat harga, bagian keuntungan dan biaya serta margin pemasaran yang diterima setiap pelaku pemasaran kayu sengon.

Pihak-pihak yang terlibat dalam pemasaran kayu sengon meliputi :

1. Petani

Sebagian besar petani adalah pemilik lahan tegalan yang ditanami oleh sengon. Sengon dipih petani karena budidayanya telah dikuasai, memiliki daur relatif pendek (5-8 tahun) dan memiliki pasar yang jelas. Petani biasanya menjual sengon dalam bentuk tegakan (pohon sengon). Alasan petani menjual pohon sengon didasarkan pada kebutuhan petani seperti perlu biaya untuk hajatan, uang sekolah maupun keperluan yang lain; sehingga seringkali disebut dengan perilaku “tebang butuh”.



Gambar 4. Hutan rakyat sengon
Figure 4. Community forest of sengon

2. Pedagang Pengepul 1 (penebas)

Penebas adalah pedagang yang langsung membeli sengon pada lahan petani berupa tegakan (pohon sengon). Sehingga upah menebang, bongkar muat dan transportasi ke Depo menjadi beban penebas. Penebas dapat membeli pohon sengon milik petani baik dalam jumlah banyak maupun 1 atau 2 pohon saja, karena petani biasanya menjual berdasarkan kebutuhan.

3. Pedagang Pengepul 2 (Depo)

Pedagang pengepul ini memiliki modal relatif besar dan memiliki tempat semacam TPK. Bahkan beberapa pedagang ini biasanya meminjamkan modal kepada penebas, sehingga mereka dapat langsung mendapatkan kayu sengon dalam jumlah besar untuk dikirimkan langsung ke industri pengolahan kayu. Pemilik Depo terkadang tidak hanya mempunyai tempat penimbunan kayu, akan tetapi mereka juga memiliki sawmill kecil sehingga dapat langsung memenuhi permintaan industri dalam bentuk balok atau yang lain.



Gambar 5. Depo (tempat penimbunan kayu sengon)
Figure 5. (logging piled)

4. Supplier

Supplier adalah pedagang pemasok industri yang biasanya memperoleh bahan baku dari pemilik depo. Biasanya supplier telah memiliki kontrak kerja dengan industri pengolahan kayu, sesuai permintaan industri berdasarkan kualitas (ukuran diameter dan mutu tertentu) dan kepastian jumlah kayu sengon yang akan dipasok ke industri.

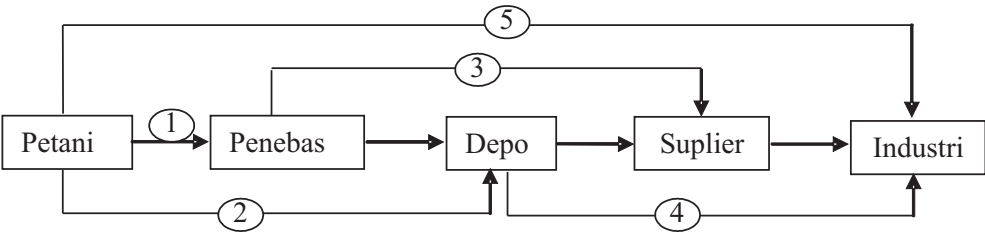
5. Industri Pengolahan Kayu

Industri pengolahan kayu yang terdapat di kabupaten Wonosobo dan temanggung biasanya memperoleh bahan baku dari depo atau supplier, bahkan ada yang mendapatkan langsung dari petani (kasus PT Mekar Abadi, Wonosobo). Produk yang biasanya dihasilkan antara lain adalah *lembaran vinir (kayu lapis)*, *bare core (lapis dalam kayu lapis)*, *laminating joint finger (kayu lamina)*, *block board (papan blok)* hingga kayu lapis.



Gambar 6. Industri pengolahan kayu sengon
Figure 6. Timber industry for sengon wood

Secara umum saluran distribusi kayu sengon di kabupaten Wonosobo dan kabupaten Temanggung adalah sebagai berikut :



Gambar 7. Saluran tata niaga kayu sengon
Figure 7. Value chain channel of sengon wood

Dari Gambar 7, terdapat 5 saluran tata niaga antara lain :

1. Petani Penebas (pengepul 1)-Depo (pengepul 2)-Supplier(pengepul3)-Industri.
2. Petani -Depo (pengepul 2)-Supplier(pengepul3)-Industri.
3. Petani Penebas (pengepul 1)-Supplier(pengepul3)-Industri
4. Petani Penebas (pengepul 1)-Depo (pengepul 2)-Industri
5. Petani industri

C. Margin Pemasaran

Analisa margin pemasaran dapat digunakan untuk mengetahui distribusi margin pemasaran yang terdiri dari biaya dan keuntungan dari setiap aktivitas lembaga pemasaran yang berperan aktif, serta untuk mengetahui bagian harga (*farmer share*) yang diterima petani.

Berdasarkan pada saluran pemasaran yang dilalui, jumlah sengan yang dipasarkan, jumlah lembaga pemasaran yang turut berperan aktif dalam pemasaran, jarak petani ke konsumen, panjang saluran pemasaran yang dilalui, sistem pembayaran dan daerah tujuan pemasaran akan membedakan besarnya biaya yang dikeluarkan dalam aktivitas pemasaran yang selanjutnya akan mempengaruhi besarnya margin pemasaran, bagian keuntungan dan biaya dari tiap lembaga pemasaran serta bagian harga yang diperoleh petani. Tujuan analisis margin pemasaran bertujuan untuk melihat efisiensi pemasaran yang diindikasikan oleh besarnya keuntungan yang diterima oleh masing-masing pelaku pemasaran. Semakin tinggi proporsi harga yang diterima produsen, semakin efisien system pemasaran tersebut. Besarnya keuntungan yang diterima oleh masing-masing pelaku pemasaran relative terhadap harga yang dibayar konsumen dan atau relative terhadap biaya pemasaran terkait dengan peran yang dilakukan oleh masing-masing pelaku.

Identifikasi biaya di tingkat lembaga pemasaran secara singkat dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Komponen biaya (pemasaran) di tingkat penebas.

Jenis biaya pemasaran yang harus dikeluarkan penebas antara lain : (1) biaya penebangan; (2) biaya bongkar muat; (3) biaya transport. Biaya bongkar muat termasuk bonus buat sopir (Tabel 4).

2. Komponen biaya pemasaran di tingkat pedagang pengumpul 2 (DEPO).

Komponen biaya depo pada dasarnya sama dengan penebas, tetapi untuk depo biasanya dikenai komponen biaya administrasi berupa SKAU (Surat Keterangan Asal Usul) kayu. Untuk biaya administrasi SKAU kayu di Kabupaten Wonosobo sebesar Rp. 15.000 per dokumen, tidak memperhatikan berapa kubik kayu yang diangkut. Rata-rata kayu yang diangkut depo per truk yaitu 8 m^3 , sehingga per m^3 biaya administrasinya sebesar Rp. 1.875,-. Sedangkan di Kabupaten Temanggung sudah diatur melalui PERDA, dimana setiap pengangkutan 1 m^3 kayu sengan dikenai biaya administrasi sebesar Rp 1000/ m^3 . Kabupaten Wonosobo belum secara khusus mengatur tata niaga kayu di daerahnya. Karena depo yang menjadi contoh sekaligus pemilik *sawmill* maka komponen biaya pemasarannya adalah : (1) transport; (2) biaya bongkar muat; (3) biaya gergajian; (4) biaya administrasi (Tabel 4).

Tabel 4. Komponen biaya pelaku tata niaga
Table 4. Cost component of value chain actors

No	Jenis Biaya (<i>Cost type</i>)	Biaya di tingkat penebas (<i>Cost in the level of harvesting</i>) (m ³)		Biaya di tingkat depo (<i>Cost in the level of depō</i>) (m ³)	
		Kaliwiro (Wonosobo)	Kandangan (Temanggung)	Kaliwiro (Wonosobo)	Kandangan (Temanggung)
1.	Biaya tebang (<i>cutting cost</i>)	65.000	50.000	0	0
2.	Transport (<i>transportation</i>)	25.000	18.750	35.000	20.000
3.	Biaya bongkar muat (<i>loading cost</i>)	20.000	18.000	5.000	5.500
4	Biaya gergajian (<i>sawmill cost</i>)	0	0	15.000	22.688
5	Biaya administrasi (<i>administration cost</i>)	0	0	1.875	1000
	Jumlah (<i>total</i>)	110.000	86.750	56.875	54.188

Sumber (*Source*) : Analisis data primer (*primary data analysed*)

3. Komponen biaya pemasaran di tingkat pedagang pemasok (suplier).

Pedagang pemasok adalah kelompok pedagang yang akan memasok bahan baku ke industri pengolahan. Pedagang pemasok untuk industri biasanya merupakan orang kepercayaan perusahaan. Pemasok ini bisa merangkap sebagai depo. Sebagai contoh untuk PT SSWI (Surya Sindoro Sumbing Wood Industry), membagi pemasok berdasarkan 3 daerah yaitu : (1) Wonosobo; (2) Selomerto; (3) Sapuran. Karena keterbatasan waktu penelitian, responden suplier tidak bisa ditemui di lapangan. Tetapi berdasarkan informasi responden depo, rata-rata supplier mengambil untung per m³ antara Rp.5000-10.000 per m³. Komponen biaya pemasarn di tingkat pedagang pemasok meliputi : (1) biaya bongkar muat; (2) transport; (3) administrasi.

4. Komponen biaya pemasaran di tingkat industri

Industri pengolahan kayu merupakan konsumen akhir (end user) dari kayu bulat. Biaya pemasaran yang menjadi beban industri adalah biaya yang terkait dengan penjualan produk hilir bukan produk kayu bulat. Responden industri dalam penelitian ini adalah (1). PT. SSWI di Wonosobo; (2) CV. Karya Mandiri di Wonosobo dan (3). PT. Darma Satya Nusantara (DSN) di Temanggung.

Secara umum harga kayu bulat di tingkat petani berdasarkan keliling pohon seperti dalam Tabel 5 dan Tabel 6.

Tabel 5. Harga jual kayu sengon di tingkat petani
Table 5. The price of sengon wood in the level of farmer

No	Keliling (cm) (<i>circumstances</i>)	Harga (Rp/ pohon (<i>tree</i>)) (<i>Price</i>)		Perkiraan (<i>approximate</i>) (m ³)
		Wonosobo	Temanggung	
1	Keliling 100	500.000	400.000	1,2
2	Keliling 90	400.000	300.000	1
3	Keliling 80	250.000	150.000	0,9
4	< 80	80.000-100.000	60.000-70.000	0,3-0,6

Sumber (*Source*) : Analisis data primer (*primary data analysed*)

Tabel 6. Harga jual kayu bulat sengon untuk setiap tingkat pemasaran
Table 6. The price of sengon log in every level of marketing

No.	Diameter (<i>diameter</i>) (cm)	Wonosobo			Temanggung		
		Penebas (<i>harvester</i>)	Depo (<i>middle man</i>)	Suplier	Penebas (<i>harvester</i>)	Depo (<i>middle man</i>)	Suplier
1	10 -14	350.000	420.000	430.000	280.000	305.000	
2	15-19	450.000	550.000	560.000	400.000	425.000	
3	20-24	620.000	680.000	690.000	580.000	605.000	625.000
4	25 - 29	720.000	780.000	790.000	625.000	650.000	700.000
5	30-39		820.000	830.000	680.000	705.000	800.000
6	40 up		920.000	930.000			1.000.000

Sumber (*Source*) : Analisis data primer (*Pimary data analysed*)

Dari Tabel 5 dan 6, terlihat harga di tingkat petani dan pedagang pengumpul di Kabupaten Temanggung lebih murah dibandingkan di Kabupaten Wonosobo. Hal ini diduga masa penen di Temanggung di tingkat petani berkisar antara 5 – 6 tahun, sedangkan di Wonosobo berkisar 8 tahunan.

Analisis margin keuntungan kayu sengon di Kabupaten Wonosobo dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Analisis Margin Keuntungan Kayu Sengon di Wonosobo dan
Table 7. Temanggung (Wonosobo (Revenue margin analyzed for sengon wood in Wonosobo and Temanggung)

No.	Pelaku Pasar (<i>market actors</i>)	Margin keuntungan (<i>revenue margin</i>) (Rp/ m ³)	
		Wonosobo	Temanggung
1	Petani (<i>farmer</i>)	328.625	148.713
2	Penebas (<i>harvester</i>)	122.000	66.000
3	Depo (<i>middle man</i>)	134.825	145.813
4	Industri (<i>industry</i>)	710.500 belum termasuk biaya tetap (<i>not included fixed cost</i>)	1.655.000 (belum termasuk biaya tetap) (<i>not included fixed cost</i>)

Sumber (*Source*) : Analisis data primer (*Primary data analysed*)

Margin keuntungan yang diterima petani sebagai produsen kayu sengon relatif kecil dibandingkan pelaku tananiaga lainnya (Tabel 7) jika dilihat dari faktor resiko dan volume produksi (omzet penjualan) pada tingkat petani. Margin keuntungan petani Wonosobo sebesar Rp 328.625/m³ diperoleh petani dalam jangka waktu 8 tahun, sedangkan margin keuntungan pelaku pemasaran yang lain diperoleh pada setiap transaksi perdagangan.

Share keuntungan masing-masing pelaku pemasaran di Wonosobo dapat dilihat pada Tabel 8, dimana industri menerima *share* paling tinggi yaitu 92.6%. Demikian juga di Kabupaten temanggung, dimana industri mendapat share keuntungan terbesar yaitu 75.2% (Tabel 9). Sedangkan *share* keuntungan terkecil baik di Kabupaten Wonosobo (5.6%) dan Temanggung (2.9%) diperoleh petani.

Tabel 8. Pembagian Keuntungan setiap Pelaku Pemasaran di Wonosobo

Table 8. Revenue shared for every market actors in Wonosobo

No.	Pelaku (actors)	Keuntungan (Benefit)	Harga Jual (Sell Price)	Harga Beli (Buy price)	Bagian Keuntungan (Shared benefit) (%)
1	Petani (farmer)				5.6
2	Penebas (harvester)	122,000	535000	303000	52.6
3	Depo (middle man)	134,825	695000	535000	84.3
4	Suplier	10,000	730000	695000	28.6
5	Industri (industry)	710,500	1497500	730000	92.6

Sumber (Source) : data primer diolah (Primary data analyzed)

Tabel 9. Bagian Keuntungan setiap Pelaku Pemasaran di Temanggung

Table 9. Benefit shared for every market actors in Temanggung

No.	Pelaku (actors)	Keuntungan (benefit)	Harga Jual (sell price)	Harga Beli (buy price)	Keuntungan (Benefit) (%)
1	Petani (farmer)				2.9
2	Penebas (harvester)	66,000	400000	246250	42.9
3	Depo (middle man)	145,813	600000	400000	72.9
4	Suplier	10,000	700000	600000	10.0
5	Industri (industry)	1,655,000	2,900,000	700000	75.2

Sumber (Source) : data primer diolah (Primary data analyzed)

IV. KESIMPULAN DAN SARAN

A. KESIMPULAN

1. Produksi kayu sengon di Wonosobo mengalami peningkatan dari tahun 2005 hingga tahun 2007 jauh di atas tingkat produksi kayu sengon di kabupaten Temanggung. Pada tahun 2008 di Kabupaten Wonosobo produksi menurun sampai 165.529 m³ karena adanya serangan penyakit Karat Tumor dan adanya masa transisi dalam penerapan sistem tata usaha kayu (TUK) rakyat dari system SKSHH (Surat Keterangan Sahnya Hasil Hutan) yang baru ke system SKAU (Surat keterangan Asal Usul Kayu) sehingga jumlah produksi kayu rakyat banyak yang tidak terpantau. Meskipun tingkat produksi yang menurun di satu pihak tetapi tetap terdapat kecenderungan adanya peningkatan permintaan kayu sengon oleh industri yang menyebabkan kenaikan harga kayu sengon di setiap level pemasaran.
2. Dalam rangka mempertahankan kesinambungan produksi kayu rakyat, perlu adanya peningkatan optimasi dan efisiensi system tata niaga kayu rakyat dari hulu sampai hilir. Terdapat 5 (lima) saluran tataniaga kayu sengon baik di Kabupaten Wonosobo dan Temanggung, dimana pelaku pemasaran antara lain petani, pennebas, depo, supplier dan industri. *Share* keuntungan paling rendah diterima oleh petani yaitu hanya 5,6% di Kabupaten Wonosobo dan 2,9% di Kabupaten Temanggung. Perlu dibentuk usaha bersama petani (koperasi) atau badan penyangga yang dapat mengatasi tebang butuh yang cenderung menekan harga kayu sengon di tingkat petani. Hal ini untuk melindungi petani dari berbagai sistem penjualan kayu rakyat yang tidak menguntungkan petani seperti sistem ijon, belum adanya sistem pembiayaan modal modal dan sarana produksi untuk mendukung usahatani hutan rakyat.
3. Dalam hal penerapan system SKAU (Permenhut 51/2005, P62/2006 dan P.33/2007) terdapat hal-hal yang dapat menghambat dalam pengembangan pengusahaan sengon rakyat antara lain: (a) Dengan sistem SKAU, Dinas Kehutanan dan Perkebunan kehilangan catatan data peredaran kayu sengon sehingga memerlukan adanya penyempurnaan sistem TUK, (b) Adanya peluang munculnya biaya transaksi yang tinggi (pungutan liar). Untuk mengoptimalkan penerapan Permenhut tersebut diatas perlu adanya peningkatan koordinasi antara para pihak terkait seperti Balai Peredaran Hasil Hutan sebagai Unit Pelaksana Teknis Direktorat Jenderal Bina Produksi Kehutanan, Departemen Kehutanan, UPT Dinas Kehutanan Propinsi Jawa Tengah yang menangani Peredaran Hasil Hutan, Dinas Kehutanan dan Perkebunan serta Dinas Perindustrian dan Perdagangan Kabupaten.

B. SARAN

Disarankan agar dalam pemberian ijin pendirian *sawmill* dan pabrik pengolahan kayu sengon oleh Dinas Perindustrian dan Perdagangan (Disperindag) sebaiknya memperhatikan potensi hutan rakyat yang ada, serta meningkatkan koordinasi dengan Dinas Kehutanan dan Perkebunan setempat. Koordinasi yang lemah antara kedua instansi ini dapat mengancam terhadap kelestarian produksi kayu sengon rakyat

DAFTAR PUSTAKA

- Azzaino, Z. 1982. Pengantar Tata Niaga Pertanian. Departemen Pertanian Ilmu-Ilmu Sosial Ekonomi. Fakultas Pertanian, IPB. Bogor.
- BPS Wonosobo. 2006. Wonosobo Dalam Angka. Wonosobo.
- Dinas Kehutanan dan Perkebunan Temanggung. 2005. Statistik Kehutanan Kabupaten Temanggung Tahun 2005. Temanggung.
- Hardiyanto EB. 2008. Upaya Pengendalian Karat Tumor . Kerjasama UGM dan PT. Drama Satya Nusantara. Temanggung.
- Gujarati, D. 1999. Ekonometrika Dasar. Alih Bahasa Sumarno Zain. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Sudiyono, A. 2001. Pemasaran Pertanian. Penerbit Universitas Muhamadiyah Malang. (UMM Press). Malang.
- Tomek, W.E and Kenneth L. Robinson. 1990. Agricultural Product Prices, Second Edition Cornell University Press, Ithaca.
- Rahmawaty. 2004. Tinjauan Aspek Pengembangan Hutan Rakyat. Fakultas Pertanian USU. *e-USU Repository* ©2004 Universitas Sumatera Utara.